

Det nedenstående materiale er del af projekt Videnformidling der sikrer grobund til øget vækst og bæredygtig produktion, som er finansieret af:

---

Promilleafgiftsfonden for landbrug

---

## Digitale platforme til formidling af faglig viden

En analyse af potentialer og tiltag når der benyttes digitale platforme til formidling af faglig viden og resultater af projekter, herunder funktioner i forbindelse med udgivelser af tekst, billeder og video samt for behov for interaktion mellem digitale platforme set fra såvel modtager som afsender af viden og informationer

### Setting the scene

Platformen LandbrugsInfo har de sidste 15 år været landbrugets centrale formidlingskanal af ny viden, nye regler og vigtige informationer og er essentiel for landmænd, der benytter nyeste faglig viden til at tage beslutninger om strategi, køb og salg m.m. ved skrivebordet og til at igangsætte handlinger i mark og stald.

LandbrugsInfo blev nærmest født med internettets almene udbredelse, og har siden været en hjemmeside, som brugere har tilgået via deres pc'er.

Projektet " Videnformidling, der sikrer grobund til øget vækst og bæredygtig produktion" havde bl.a. til formål at sikre, at landmanden, hans rådgivere, meningsdannere og beslutningstagere omkring landbrugets forhold benytter nutidige, fremtidssikrede og effektive formidlingskanaler til at få adgang til aktuelle og vedkommende informationer. Landmanden og hans medarbejdere har behov for adgang til faglige informationer via kanaler og platforme, der er relevante for dem og som kan understøtte dialogen mellem landmanden, hans medarbejdere og rådgivere.

Den hastige teknologiske udvikling har medført, at kommunikation via digitale platforme ikke længere er teknisk begrænset af hardware og kun i beskeden grad af prisen på dette hardware.

Dette fremgår tydelig svar fra en omfattende survey ultimo 2014: 57 % af landmænd har smartphones og 49 % har tablets. Endvidere viste survey'en, at 40 % af landmænd er på sociale medier – helt overvejende Facebook (Hansen, 2015).

Rigtig mange landmænd har fundet ud af, at portalen [www.landmand.dk](http://www.landmand.dk) (LDK) gør det let for dem at tilgå diverse e-dokumenter fra leverandører og aftagere; faglige informationer fra rådgivningstjenesten og diverse nyheder fra landbrugspressen samt services så som vejrudsigter og varslinger. Via brugen af LDK vil landmanden – for at kunne få personaliseret information – aflevere en række data om sin bedrift og sin produktion.

### Potentialer og tiltag

Den ovenfor beskrevne udvikling i hardware, tjenester og bruger adfærd giver en række muligheder, der kan og bør udnyttes, hvilket dog typisk kræver særlige tiltag.

#### Mobile enheder

På linje med den almindelige udvikling flytter også landmanden mere og mere af sit internet forbrug over på tablet og smartphone. For at udnytte dette, bør informationer og tjenester tilpasses til og/eller udvikles specielt til disse enheder.

Den umiddelbare løsning er at implementere responsivt design, således at indhold tilpasser sig til det anvendte medie, uanset om dette er en pc'er, laptop, tablet eller smartphone.

Responsivt design er dog ikke nok hvad angår smartphonen. Denne vil typisk blive brugt i arbejdssituationer – enten fordi ventetid skal udnyttes eller der er behov for her-og-nu at fremfinde beslutningsstøttende information. Understøttelse af brug i sådanne situationer kræver mobiltilpassede søge funktioner eller opslagsværker, kondenseret informationsmængder eller pakning af information i form af apps målrettet specifikke, afgrænsede problemstillinger.

Status: Der er udviklet en mobil optimeret søgefunktion til LandbrugsInfo, og der pågår overvejelser om implementering af responsivt design i forbindelse med eventuel ny platform for LandbrugsInfo. Der er så småt taget hul på udvikling af specifikke apps såsom Gifftige Planter og KemiTjek.

### **Kontekststyret**

Få såvel tabletet som smartphone gælder, at enheden typisk via GPS ved, hvor brugeren befinder sig og snart vil vi opleve, at enheden ved brug af forskellige former for nær-felt kommunikation (NFC), bluetooth, maskine til maskine kommunikation (M2M) mv. vil vide, hvad der er i nærheden af brugeren.

Det kan – især hvad angår smartphones, der følger brugeren overalt – udnyttes til at tilbyde brugeren netop de informationer og tjenester, der er relevante i situationen.

Status: I projektet FarmTracking er der udviklet et grundlæggende setup, der gør det muligt at udvikle tjenester, som adviserer landmanden efter behov og position og som gør det lettere for landmanden at foretage registreringer, ved at tilbyde en for situationen relevant brugergrænseflade. Et godt eksempel på sidstnævnte er produktet LetFarm, der ud fra kendskab til position, markers placering og årstid gør det let at registrere tid anvendt på arbejdsopgaver i den enkelte mark.

### **Sociale medier**

40 % af landmænd er på de sociale medier, og af disse angiver 25 %, at de også benytter sociale medier i relation til deres landbrug. Styrken i sociale medier ligger i lethed, hvormed der kan opbygges relationer på kryds og tværs af traditionelle sociale strukturer og geografiske begrænsninger. Relationer indebærer deling af informationer – som deltager på sociale medier vil man typisk både bidrage med og modtage informationer.

Rådgivningstjenesten vil umiddelbart spotte muligheden for at dele informationer ved f.eks. at poste opslag om ny artikel på LandbrugsInfo, invitere til arrangement, bidrage med indspil i diskussioner eller tweete om en hel aktuel problemstilling.

Lige så vigtigt er det for rådgivningstjenesten at modtage informationer. Dvs. være lyttende og registrere, hvad der rører sig blandt landmændene og ud fra dette få et bedre grundlag for at levere informationer og tjenester, der har en høj grad af nytteværdi.

Rigtig mange danskere bruger sociale medier. Det kan give problemer, når sociale medier tillige anvendes i forbindelse med ens erhverv – især hvis det drejer sig om en medarbejder i en virksomhed. Her er det nødvendigt at forholde sig til de tre R'er: renommé, respekt og relationer. Så snart at en social profil anvendes både i relation til privatsfæren og arbejdsmæssigt aktiviteter forbindes med såvel virksomheden som personen.

Hvis private ytringer, forbindelser eller venskaber i nogles øjne skader medarbejderens renommé, går det også ud over virksomheden. Vejen fra medarbejderens ry til virksomhedens brand er ultrakort i en digitaliseret verden.

I mange stillinger er omverdenens respekt for medarbejderens personlige integritet en forudsætning for, at medarbejderen kan lykkes i jobbet. Upartiskhed, saglighed og faglighed er tre sider af samme sag. Hvis forbindelser på nettet kommer til at så tvivl om medarbejderens neutralitet og loyalitet, er det problematisk.

Relationer på arbejdspladsen er helt naturlige. Men lige så vel som arbejdsgiveren kan have en holdning til relationer på arbejdspladsen, kan det også blive arbejdsgivers sag, hvordan medarbejderne danner relationer på nettet. Så længe omgangstonen er ordentlig, er det problemfrit. Men i det øjeblik kammertonen får en mislyd, kan det i allerhøjeste grad blive arbejdsgiverens hovedpine. Udvikler net-chatten sig til sladder og mobning, har virksomheden nemlig pligt til at skride ind. For negative ytringer på nettet er lige så skadelige for arbejdsmiljøet som dem, der flourer på kontorgangen.

Status: Seges er til stede på diverse sociale medier og benytter f.eks. en Facebook side for LandbrugsInfo til at gøre opmærksom på nye artikler. Tilsvarende benyttes Twitter via specifikke hashtag til at præsentere relevante tweets på LDK.

### **Lyd og billeder**

Ind til for få år siden krævede det et omkostningstungt teknisk setup og teknisk ekspertise for at kunne producere video af ordentlig kvalitet. Nu kan samme opgave løses ved brug af smartphones og webcams, ligesom diverse platforme så som YouTube og Vimeo gør det let at publicere og dele video klip. Tilsvarende understøttes produktion og distribution af webinars af en række online tjenester.

Status: Seges har siden 2009 været til stede på YouTube, hvorfra videoer indlejres i artikler på LandbrugsInfo. Alternativt benyttes egen platform (video.dlbr.dk), hvor 400 videoer tilsammen er blevet afspillet 149.000 gange, og der er i alt af brugere brugt tid svarende til 25 årsværk på at se disse videoer.

Der er opbygget ekspertise i produktion af webinars og der er produceret +50. Dog skal der arbejdes mere på hos potentielle modtagere at udbrede kendskabet til denne formindlingsform.

### **Datadreven**

Big Data er blandt tidens buzz word og vurderes at være på toppen af den såkaldte Hype kurve. Dvs. der er store, endnu ikke indfrieede forventninger, og følges hype kurven vil der opleves skuffelse og aftagende interesse over de næste par år, idet der opbygges erfaringer og potentialer kan indløses.

Data er interessante - Big eller ej – idet data efter intelligent behandling (statistik, filtreringer, benchmark, regler osv.) kan bruges som direkte grundlag for målrettet informationsformidling og beslutningsstøtte. Landbruget har allerede godt styr på procesgenererede data – dvs. i forbindelse om f.eks. opsætning af produkter – og stigende anvendelser af sensorer og internetopkoblede "ting" (systemer, maskiner, dyr, personer) vil øge produktionen af data ganske betydeligt. Endvidere vil en tiltagende aktivitet på sociale medier generere kommunikations skabte data, der på sigt også vil kunne udnyttes til at målrette produktion og distribution af faglig information.

Der fremadrettet at kunne opsamle og dermed udnytte de forventede store mængder af M2M genererede data, er der behov for at opbygge ekspertise og teknologi til brug for transporten af data fra dets fødsel til

cloud'en. Tilsvarende er der behov for at ibrugtage systemer, der gør det muligt at monitorere kommunikations skabte data.

Status: Videncentret har udviklet en række værktøjer til datadreven beslutningsstøtte – f.eks. SortsInfo og Registreringsnettet, hvor data direkte fra registrering via udviklede systemer omsættes til beslutningsstøttende informationer..